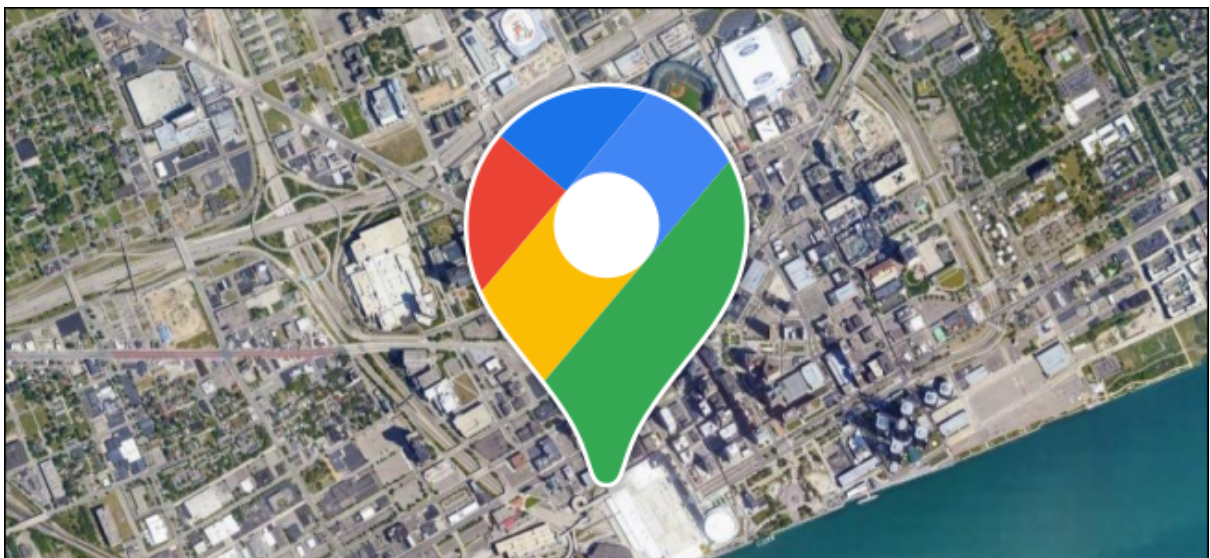
A aula hoje vai ser breve e vai trazer muito mais questões pra gente pensar do que uma resposta definitiva.

O que são imagens?
As imagens podem nos afetar?
As imagens podem nos influenciar?
As imagens pode nos trazer reflexões?

Neste momento vamos pensar sobre o lugar da imagem no nosso momento contemporâneo, o contexto que vivemos (1) de pandemia, que fez nos isolarmos como medida sanitária e intensificou as relações sociais e digitais (2) de larga produção de imagens, nas redes sociais, do caminhar, nas propagandas e produtos (3) de produção de conteúdos como deep fakes, fake news que influenciaram o rumo da política nos últimos anos e tantas outros características do nosso tempos.

(Vem a sua mente outras? Quais?) Onde estão as imagens no lugar onde você está agora? liste algumas

A imagem é real? Ou ela é inventada? Ela é um fato ou um resultado da imaginação?

Temos muito a impressão que por serem fotografias, selfies, e quais outras produções - produções que não se aproximam ou não gritam tanto que são obras de arte (às vezes, são vistas assim simplesmente por não estarem em um ambiente institucionalizado como galerias e museus) - são o registro do mundo real. Por não deixarem (ou ignoramos este dado) tão evidente a escolha de quem as fez acabamos por considerar que elas não estão corrompidas pela opinião de uma

pessoa. Mas... toda imagem seja digital ou analógica, é um olhar, um recorte e muito permeada pelo contexto social em que ela faz parte.

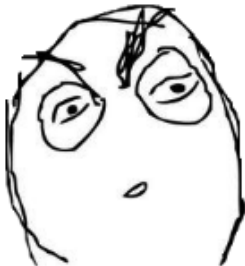
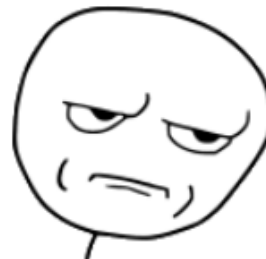
Podemos começar a pensar a imagem e um dos lugares que ela tem ocupado a partir do entendimento da **indústria cultural** - aulas atrás a gente falou disso você pode procurar por aqui https://cursinholivredanorte.milharal.org/maio/ O dominio da imagem começou a ser distribuído para o globo (de maneira impositiva e imperialista) conforme a indústria cultural entendeu que seu papel poderia servir ao apaziguamento das revoltas que ocorriam nos anos 60.

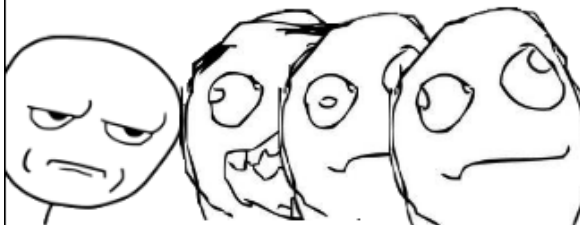
A imagem se tornou essencial para a publicidade. É ela que é o meio que acontecerá a persuasão emocional, afetiva e não racional das marcas e propagandas. Conforme as tecnologias e nosso viver foram se complexificando, a imagem pareceu entrar mais ainda no campo da política, saindo do mero campo do entretenimento (que já era político), transformando-se numa disputa de símbolos e lugares: quem produz mais memes, mais imagens de salvação, mais lives (Já ouviram o meme "A crise também e estetica?")

Inclusive ela se tornou tão potente que hoje em dia muitos memes não precisam nem conter mais texto para que o entendamos.

https://scinova.com.br/memes-e-uma-breve-historia-sobre-o-poder-da-sintese/

Em um contexto hiper complexo as imagens nas redes sociais, principalmente agora com o tik tok, tem se tornado cada vez mais banais (ou seja muito padronizadas entre si, não trazendo algo novo).Elas permeadas por algoritmos acabam por controlando os padrões em que as produzimos e as pensamos.

~le eu suave em casa
quando escuto alguem
chamando

Vejo que sao testemunhas
de jeova

O que voces
querem ?

queremos conversar

voces estao
em quantos

estamos em 3

entao conversem
entre voces

O primeiro é um meme lá dos anos 2010 e os últimos os memes atuais.

https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/63892/40226

A publicidade é um dos contextos mais rápidos de identificar que utiliza o poder da imagem. É necessário estudar e entendê-la por interferirem em nossas escolhas ..e porque caem no enem.

Coisas que caracterizam a publicidade, com base no artigo *A análise do discurso e suas implicações na publicidade institucional* :

A preocupação com as causas sociais é grande hoje em dia, mas foi construída com os anos (não é de hoje) para escapar das críticas que as empresas causam ao meio ambiente e sociedade, as mesmas com suas marcas passaram a se aproximar destas pautas como maneira de estimular a benevolência do público. Vale ressaltar que toda publicidade está ai como princípio primeiro de exaltar e divulgar a imagem da marca, para que ela esteja o presente o mais possível em nosso cotidiano, que seja facilmente aceita por nós (mais uma vez, as marcas precisam se habituar ao pensamento mais atual e "moderno" para esta aceitação").

A maioria das publicidades ira misturar a ideia de causa social com as ideias de liberdade e anseios de mudança. Ela dará ao público a ideia de o que o mesmo tem iniciativa e cidadania para escolhê-la como sua marca: dando a ideia de ser cidadão através do consumo.

Esta é uma breve escrita que resume os materiais que são da aula deste mês. Para estudar sobre publicidade deixo estes materiais que se complementam sobre este tema. Leiam e assistam se possível:

Nunca é noite no mapa
https://vimeo.com/175423925

Análise do discurso
http://ri.ucsal.br:8080/jspui/bitstream/prefix/2115/1/A%20an%C3%A1lise%20do%20discurso.pdf
Aqui é um texto que analisa uma peça publicitária de 2004, é antigo mas reparem em como traz algumas características que apontei mais acima. Além disso, é importantíssimo reparar como este texto está sendo construído, como ele vai tirando as informações da imagem para entendê-la e para relacionar com o contexto.

Políticas da imagem – Vigilância e resistência na dadosfera
https://www.youtube.com/watch?v=3rKb1ae_MTs
Vejam como a Gisele articula a ideia que a imagem permeia muito mais lugares do que apenas a publicidade, mas que as mesmas se articulam para um controle.

https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/63892/40226
Sobre meme